

Прилог бр.3.26		Предметна програма од прв циклус на студии			
1.	Наслов на наставниот предмет	ГРИЖА И ОДНЕСУВАЊЕ СО КОРИСНИЦИ			
2.	Код	БАС-12ГОК			
3.	Студиска програма	Бизнис менаџмент, Маркетинг менаџмент			
4.	Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)	Бизнис академија Смилевски – БАС, Скопје			
5.	Степен (прв, втор, трет циклус)	Прв циклус			
6.	Академска година / семестар	Година	1	семестар	1
7.	Оптовареност со предметот изразена во ЕКТС кредити	7			
8.	Наставник (во случај на повеќе наставници назначен одговорен наставник)	Проф. д-р Дијана Ивановска Пржо			
9.	Јазик на кој се изведува наставата	Македонски јазик			
10.	Неопходни предуслови за слушање и полагање на предметот	Основи на маркетинг			
11.	Цели на предметната програма (компетенции) и резултати од учењето:	• Разбирање на маркетингот насочен кон корисниците; • Разбирање на однесувањето и грижата со корисниците • Разбирање на процесот на донесување на одлуки при купување и видовите на одлуки за купување; • Согледување на факторите кои влијаат врз однесувањето на корисниците; • Развивање на способност за градење и одржување на успешни односи и врски со потрошувачите; • Согледување на профилот на корисниците денес; • Разбирање на процесот на интегрирано комуницирање со корисниците; • Разбирање на стратегиите за однесување и грижа кон корисниците; • Согледување на потрошувачка и пост-куповни оценки на корисниците; • Согледување на придобивките од односите и грижата со корисниците; • Развивање на способност за управување со „тешки ситуации“; • Развивање на способност за комуницирање со „тешки потрошувачи“;			

		- Развивање на способност за справување со рекламации и приговори на потрошувачите; - Разбирање на стратегиите за грижа на потрошувачите на Е-пазарот;		
12.	Детална содржина на предметот по поглавја и единици со резултатите од учење за секое поглавје	- Маркетинг насочен кон корисниците - Фактори кои влијаат врз однесувањето на корисниците - Проучување на однесувањето на корисниците - Процес на интегрирано комуницирање со корисниците - Процес на донесување на одлуки за купување - Развивање на стратегија за односите со корисниците-порака - Управување на односите со корисниците - Избирање на стратегија за грижа на потрошувачите - Револуција на Е-трговијата - Придобивки од однесувањето со корисниците		
13	Заемна поврзаност на предметите	Маркетинг		
14.	Детален опис на наставните и работните методи за предметот	Предавања со користење на ppt презентации (користење на опрема и софтверски пакети), интерактивни предавања, работа во тим или група на илустративна и проблемска и студија на случај, самостојна изработка и одбрана на проектни извештаи.		
15.	Вкупен расположив фонд на време	7ЕКТС * 27 = 189 часови		
16.	Форми на наставните активности	16.1.	Предавања- теоретска настава. часови	24
		16.2.	Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа: часови	24
		16.3.	Пракса: часови	
17.	Други форми на активности	17.1.	Проектни задачи: часови	24
		17.2.	Самостојни задачи: часови	
		17.3.	Домашно учење - задачи	117
18	Услови за потпис	16.1, 16.2 и 17.1		
19	Начин на оценување			
	19.1.	Тестови: бодови		30
	19.2.	Семинарска работа/проект, презентација писмена и усна: бодови		20
	19.3.	Завршен испит: бодови		50
20	Критериуми за оценување (бодови/ оценка)	до 50 бода		5 (пет) (F)
		51 x до 59 бода		6 (шест) (E)
		60 x до 69 бода		7 (седум) (D)
		од 70 до 79 бода		8 (осум) (C)
		од 80 до 89 бода		9 (девет) (B)

		од 90 до 100 бода	10 (десет) (А)			
21.	Метод на следење на квалитетот на наставата	Квалитетот на наставата се следи преку неколку механизми: 1. Редовна или вонредна (по потреба) семестрална евалуација на изведбата на наставникот и квалитетот на наставата од страна на студентите; 2. Редовна или вонредна (по потреба) семестрална евалуација на изведбата на наставникот и квалитетот на наставата од страна на менаџментот; 3. Семестрална само-евалуација на изведбата на наставникот и квалитетот на наставата од страна на наставникот; 4. Редовен и вонреден увид (по потреба) во наставата од страна на менаџментот;				
22.	Литература					
	22.1.	Задолжителна литература				
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
		1.	Ивановска.П. Д Кузмановска.М.	Грижа и однесување со потрошувачите (компендиум)	Бизнис Академија Смилевски - БАС	2021
		2.				
		3.				
	22.2.	Дополнителна литература				
		Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
		1.	Младен Милич	Понаѓање потрошача	Универзитет за пословни инженеринг и менаџмент, Бања Лука	2018
		2.				
		3.				